

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Цифровий маркетинг та електронна комерція

Статус дисципліни: вибіркова

Викладач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну: Городецький Юрій Дмитрович, старший викладач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Спеціальності: 015 Професійна освіта, 017 Фізична культура і спорт, 022 Дизайн, 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація, 028 Менеджмент соціокультурної діяльності, 026 Сценічне мистецтво, 034 Культурологія, 035 Філологія, 051 Економіка, 052 Політологія, 053 Психологія, 072 Фінанси, банківська справа та страхування, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, 081 Право, 105 Прикладна фізика та наноматеріали, 121 Інженерія програмного забезпечення, 122 Комп'ютерні науки, 123 Комп'ютерна інженерія, 124 Системний аналіз, 126 Інформаційні системи та технології, 131 Прикладна механіка, 133 Галузеве машинобудування, 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка, 151 Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології, 161 Хімічні технології та інженерія, 162 Біотехнології та біоінженерія, 171 Електроніка, 182 Технології легкої промисловості, 183 Технології захисту навколишнього середовища, 226 Фармація, промислова фармація, 241 Готельно-ресторанна справа, 242 Туризм, 281 Публічне управління та адміністрування
Необхідні передумови: вивчення цієї навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши більшість навчальних дисциплін гуманітарного та професійного циклів.

1. Анотація:

Семестр: 5.

Обсяг: загальна кількість годин – 180 кількість кредитів ЄКТС – 6.

Мета дисципліни – оволодіння компетентностями у сфері цифрового маркетингу та електронної комерції, розуміння концепцій SEM (Search Engine Marketing) та SEO (Search Engine Optimization), які є критично важливими для ефективного позиціонування бренду в цифровому просторі. Вони також отримають практичні навички у сфері аналітики веб-даних, зокрема засобами Google Analytics, що дозволить їм моніторити та аналізувати ключові показники ефективності (KPIs) для оцінки ROI (повернення інвестицій). Студенти будуть знати, як розробляти та впроваджувати комплексні стратегії електронної комерції, які включають управління асортиментом, ціноутворення та логістику. Окрім того, курс надасть знання з управління відносинами з клієнтами (CRM) та автоматизації маркетингу для оптимізації клієнтського життєвого циклу. Загалом, вони будуть здатні інтегрувати цифрові інструменти в загальну маркетингову стратегію для підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Результати навчання дисципліни:

знати: Студент після завершення курсу буде мати глибоке розуміння ключових концепцій цифрового маркетингу, таких як SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), CRM (Customer Relationship Management), та основ електронної комерції, включаючи управління логістикою та ціноутворенням.

вміти: Студент буде вміти застосовувати аналітичні інструменти, зокрема Google Analytics, для оцінки ключових показників ефективності (KPIs) та ROI (Return on Investment), що дозволить оптимізувати маркетингові кампанії.

здатен продемонструвати: Студент буде компетентним у розробці та впровадженні інтегрованих стратегій електронної комерції, які синхронізують онлайн та офлайн канали для створення безшовного клієнтського досвіду.

володіти навичками: Студент буде володіти навичками управління відносинами з клієнтами (CRM) та автоматизації маркетингу, що забезпечить ефективне взаємодію з цільовою аудиторією на всіх етапах життєвого циклу клієнта.

самостійно вирішувати: Студент зможе самостійно ідентифікувати проблеми та виклики в сфері цифрового маркетингу та електронної комерції, а також розробляти стратегічні рішення для їх вирішення, базуючись на аналітичних даних та маркетингових дослідженнях. **Зміст дисципліни:** Тема 1. Вступ до цифрового маркетингу та електронної комерції (Огляд основних концепцій, інструментів та платформ, які використовуються у цифровому маркетингу). Тема 2. SEO просування (Search Engine Optimization Методики та стратегії оптимізації веб-сайтів для пошукових систем, зокрема ключові слова, метатеги та контент- маркетинг). Тема 3. Основи SEM (Search Engine Marketing Основи реклами в пошукових системах, включаючи Pay-Per-Click (PPC) рекламу та рекламні кампанії). Тема 4. Управління відносинами з клієнтами (CRM) та електронна комерція (Інтеграція CRM-систем для управління клієнтською базою та оптимізації продажів). Тема 5. Social Media Marketing (Використання соціальних мереж для просування брендів та залучення цільової аудиторії). Тема 6. Email Marketing (Розробка та оптимізація ефективних електронних рекламних кампаній, сегментація аудиторії та аналіз результатів). Тема 7. Контент-маркетинг та управління контентом

(Стратегії створення, дистрибуції та монетизації контенту в цифровому просторі). Тема 8. Аналітика та KPIs (Використання інструментів, таких як Google Analytics, для аналізу ключових показників ефективності (KPIs) та ROI). Тема 9. Мобільний маркетинг та електронна комерція (Особливості маркетингових кампаній, орієнтованих на мобільні платформи, та оптимізація мобільних додатків для електронної комерції). Тема 10. Омніканальний підхід у комунікаційному дизайні (Інтеграція різних каналів комунікації (онлайн та офлайн) для створення злагодженого і безшовного клієнтського досвіду).

Форми підсумкового контролю: залік (семестр 5).

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання, вправи, перелік питань, комплекти тестових завдань для тематичного та підсумкового контролів.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота											Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	МК	100
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	20	

Розподіл балів за видами робіт (екзамен)

Види оцінювання	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Усього
-----------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	--------

Виступ на практичному у занятті	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Поточний контроль	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Модульний контроль											20
Всього з дисципліни											100

Критерії оцінювання видів робіт

Виступ на практичному занятті:

1. Вичерпна, правильно побудована доповідь, продемонстровано глибокі знання понятійного апарату, опрацьованих джерел, уміння аргументувати свою думку переконливими прикладами – 3 бали.
2. В основному тема розкрита правильно, виклад матеріалу послідовний, але є несуттєві неточності – 2 бали.
3. Поставлене питання загалом розкрито, але відсутня переконлива аргументація, характеристика певних об'єктів, непослідовний виклад матеріалу – 1 бал.
4. Виступ демонструє посереднє знання основного програмного матеріалу, містить істотні помилки при трактуванні понятійного апарату, хаотичний – 0,5 бала.

Розрахункові роботи оцінюються по 2 бали;

Презентації оцінюються по 1 балу.

Критерії оцінювання модульного контролю

Модульний контроль складається з трьох питань: 1 питання -6 балів, 2 питання - 6 балів, ситуаційна задача – 8 балів, всього – 20 балів.

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка національною шкалою для заліку	за	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/зараховано		90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/зараховано		82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)

	74-8 1	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/ зараховано	64-7 3	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-6 3	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/ незараховано	35-5 9	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика курсу:

3.1. Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

3.2. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів (60) за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролю.

3.3. В разі несвоєчасного виконання робіт допускається їх доопрацювання в межах часу, до проходження тематичного контролю з дисципліни.

3.4. Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- допускається з поважних причин (лікарняний, академічна мобільність) без зниження балів за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі;

- без поважних причин оцінюється на 1 бал нижче за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі.

3.5. При виявленні плагіату робота не зараховується, видається інше індивідуальне завдання або інший варіант тестів для поточного (тематичного) і модульного контролю. За нову роботу знижується максимальний бал.

3.6. Пропущенні практичні заняття та не пройдені тематичні контролі здобувачем вищої освіти відпрацьовуються в межах семестру, в якому викладається дисципліна, за погодженням з викладачем.

3.7. Оскарження здобувачем вищої освіти підсумкової оцінки з дисципліни допускається згідно відповідно до «Положення про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів».

3.8. Допускається визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих у неформальній освіті відповідно до «Положення про порядок визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти та визначення академічної різниці у Київському національному університеті технологій та дизайну».